

La mort del quart poder

VISTA PRÈVIA

«*Quis custodiet ipsos custodes?*» es preguntava el poeta romà Juvenal a cavall dels segles I i II en una sàtira sobre com assegurar la fidelitat matrimonial. Aquest «qui vigila el vigilant?», al segle XX, va fer fortuna com a llatínisme utilitzat per la Ciència Política per a reflexionar sobre la corrupció. Avui, ens és de molta utilitat per plantejar-nos quin paper juguen i quin haurien de jugar els mitjans de comunicació per garantir la salut del sistema democràtic.

En democràcia, sovint ens referim als mitjans de comunicació com «el quart poder». Se suposa que la premsa hauria de ser el recurs dels ciutadans davant dels abusos dels tres poders tradicionals, el legislatiu, l'executiu i el judicial. Uns poders que, per bé que emanin d'un sistema democràtic, són susceptibles de fallar o cometre errors. La justícia pot condemnar innocents, els parlaments poden aprovar lleis discriminatòries o injustes, i els governs poden aplicar polítiques que limitin drets i llibertats. I quan això passa, el quart poder hauria de ser una eina al servei de la ciutadania per denunciar allò que no funciona i facilitar l'aplicació de mesures correctores.

Durant els últims vint anys, amb l'avanç de la globalització econòmica i l'esclat de la crisi el 2008, el paper d'aquest «quart poder» s'ha anat diluint. La tendència s'ha esdevingut arreu del planeta, i no cal dir que als Països Catalans i a l'Estat espanyol, amb un ecosistema mediàtic que arrossega els tics de 40 anys de dictadura i d'una imperfecta transició a la democràcia, encara s'ha accentuat més. Fa molt de temps que els mitjans catalans semblen haver oblidat el seu rol de contrapoder, tot i que hauria de formar part del seu ADN més bàsic. Per a més inri, aquesta dimissió del periodisme es produeix en un context global de retrocés de llibertats i retallada de drets socials i democràtics.

Avui en dia, doncs, no té gaire sentit referir-nos als mitjans com al quart poder. Seria més lògic parlar d'una única esfera de poder que engloba els tres poders tradicionals i aquells mitjans que, en teoria, haurien de jugar un rol fiscalitzador amb



Roger Palà

Periodista i coordinador de l'Anuari Mèdia.cat dels silencis mediàtics
roger@rogerpala.cat



Avui en dia no té gaire sentit referir-nos als mitjans com al quart poder. Seria més lògic parlar d'una única esfera de poder que engloba els tres poders tradicionals i els propis mitjans

el poder econòmic i polític. Quines són les causes de la mort dels mitjans com a quart poder? Quines conseqüències se'n deriven? Hi ha alternatives a aquesta situació? Aquest article mira de donar respostes a aquestes tres preguntes.

Triple crisi: de model, econòmica... i de credibilitat

Una de les causes de la pèrdua del rol fiscalitzador dels mitjans ha estat l'impacte d'una triple crisi que podríem qualificar de «tempesta perfecta». Els mitjans —i sobretot la premsa escrita— afrontaven temps difícils des de l'esclat d'internet, immersos en un canvi de paradigma de proporcions sistèmiques. L'esclat de la crisi econòmica el 2008 no va fer sinó accentuar el cataclisme que ja s'intuïa. Segons consta en el darrer *Informe Anual de la Profesión Periodística 2013*,¹ elaborat per l'Associació de Premsa de Madrid, entre 2007 i 2011 la facturació agregada de televisions, diaris, revistes i ràdios es va reduir un 26% (de 8.886 milions a 6.558 milions d'euros). La inversió publicitària ha caigut un 38% en aquest mateix període. La publicitat institucional —pilar fonamental de molts mitjans escrits i

digitals en català— s'ha reduït en una tercera part. En cinc anys s'ha deixat de vendre als quioscos un de cada quatre exemplars de diaris de pagament, i la circulació de la premsa gratuïta s'ha reduït a la tercera part.

Tanmateix, hi ha un tercer factor que explica la mort de la premsa com a quart poder, i que no depèn ni de la crisi conseqüència del canvi de model ni de les fatalitats de l'economia. És la crisi de credibilitat dels mitjans, derivada d'una sèrie de qüestions estructurals que tenen el seu origen, precisament, en els anys de les «vaques grasses» mediàtiques. La mercantilització a ultrança de la informació, l'especulació financera —amb la sortida en borsa de vegades de les mateixes empreses editores—, l'excessiva dependència de la publicitat... Si els mitjans de comunicació de l'Estat espanyol no havien des-tacat mai en excés per la seva actitud fiscalitzadora del poder, l'enfonsament del model econòmic que els sustentava no ha fet sinó accentuar aquesta tendència.

Aquesta crisi de credibilitat pot constatar-se analitzant uns quants estudis d'opinió. El periodisme és la segona professió més mal valorada de l'Estat espanyol segons dades del Baròmetre del CIS de març de 2013,² només

1 *Informe Anual de la Profesión Periodística 2013*.

2 CIS, Baròmetre número 2.981.



La mort dels mitjans com a quart poder no té només causes estructurals. També hi tenen una gran responsabilitat els periodistes que hi desenvolupen la seva activitat professional



per sobre dels jutges. Només un 4,1% dels ciutadans de l'Estat recomanaria a un fill o a un bon amic dedicar-se al periodisme. Segons una enquesta de Metroscopia de 2012,³ un 49% dels espanyols desaprova la forma com desenvolupa les seves funcions la televisió, la pitjor valorada de totes les institucions i grups socials que apareixien a la mostra, per sota de l'Església, els jutges i les grans empreses. I un 40% dels ciutadans considera que els periodistes no desenvolupen la seva feina amb honestedat. No cal dir que tractant-se d'un sector on l'honestedat, la veritat i la transparència són algunes de les màximes primeres, la situació és especialment alarmant. Amb un mal afegit: a les conseqüències de la manca de pluralitat derivada de la concentració empresarial de la darrera dècada, cal afegir-hi la creixent influència del sector financer en l'accionariat dels mitjans.

Quan la banca pren el timó

La banca sempre ha tingut una forta influència en l'ecosistema mediàtic espanyol, ja fos mitjançant la contractació de publicitat o la concessió de crèdits. Tanmateix, davant la impossibilitat dels

mitjans d'afrontar el deute concret amb els bancs, durant els últims anys la banca s'ha incorporat directament al capital d'aquests, en alguns casos canviant deute per accions. La revista *Mongolia*⁴ d'agost de 2012 publicava un ampli reportatge sobre aquest fenomen, parant especial esment en el cas del grup Prisa, editor d'*El País* i propietari de la Cadena Ser. El 25% del capital està ja en mans de fons d'inversió i bancs com Daiwa Securities Group, BH Stores IV B.V., BNP Paribas, Bank of America, Asset Value Investors, Marlin Equities... Prisa va acabar el 2012 amb un deute de 3.000 milions d'euros (havia arribat de ser de 5.000 milions). Però pel camí s'han incorporat al seu accionariat el Banco Santander, CaixaBank i HSBC, que el 2014 tindran un 20% més del capital.

Als consells d'administració de gairebé tots els grans mitjans s'hi asseuen directament consellers del sector financer, i la simbiosi va en una doble direcció. Per exemple, l'editor de *La Razón*, José Manuel Lara (1946) del Grup Planeta és a l'hora vicepresident del Banc de Sabadell. Pel que fa al Grup Godó, el propi conde, Javier Godó (1941), és vicepresident de «la Caixa» i conseller de CaixaBank. El reduït consell d'administració de Godó inclou Luis Conde (1950), conseller de Catalunya Caixa. Al consell

d'administració del Grup Zeta, editor d'*El Periódico*, hi trobem Juan Llopart (1950), exconseller de CaixaBank i imputat per la gestió de Bankia, de la qual va ser conseller independent.

El rol dels «periodistes dominants»

La mort dels mitjans com a quart poder no té només causes estructurals. També hi tenen una gran responsabilitat els periodistes que hi desenvolupen la seva activitat professional. Gran part de la crisi de credibilitat dels mitjans deriva del descrèdit del que podríem anomenar «periodistes dominants», que Ignacio Ramonet (1943) defineix com una categoria social i professional «en estat de levitació», o sigui, allunyada de la realitat i sense un veritable contacte amb la societat, i amb una permanent complicitat amb la classe política. És el que a casa nostra coneixem col·loquialment amb el nom de «tertulians». En complicitat amb els responsables polítics, els periodistes dominants formen una espècie de cort «frívola i mundana» on, segons Ramonet, «es fan la pilota els uns als altres amb l'esperança d'obtenir a canvi algun favor. Es conviden entre ells, freqüenten els mateixos restaurants de moda, els mateixos llocs d'estiueig i quan han de debatre en públic realitzen el ritual d'una cerimònia inofensiva

3 METROSCOPIA, *Barómetro de confianza ciudadana*.

4 MONGOLIA.



Més enllà de l'elit dominant, el periodisme té una altra cara: la del precari, l'acomiatat i la víctima de l'ERO

i previsible».⁵ Serge Halimi (1955) defineix aquests periodistes com «un petit grup d'omnipresents que imposa el seu concepte d'informació-mercaderia a una professió cada cop més debilitada per la port a l'atur i la precarietat».⁶

Quines són les característiques del «periodista dominant» català? L'observatori crític dels mitjans Mèdia.cat va publicar el 2012 l'informe *Qui són els que ens marquen l'opinió?*,⁷ on analitza les principals característiques dels 50 opinadors catalans més influents, a partir d'un rànquing elaborat arran del buidatge d'un mes de tertúlies, debats i articles d'opinió. La principal conclusió és que són representatius d'un segment de la població molt específic. El 72% dels 50 opinadors més influents són periodistes i/o escriptors, no n'hi ha cap que treballi al sector de la indústria, de la restauració, del comerç, del turisme o a l'agricultura, ni cap que tingui formació científica. Més de la meitat són representants de l'elit de la professió periodística: dotze són directius de mitjans de comunicació, nou són alhora escriptors, la majoria consolidats, tres tenen una carrera als respectius diaris molt consolidada, dos tenen un programa de televisió propi o espai estable en un programa televisiu i

un és, a més, polític professional. Només el 20% són dones, el 60% van néixer a la província de Barcelona —la immensa majoria en ciutats—, i tres quartes parts tenen entre 40 i 60 anys.

La manca de diversitat de perfil socioeconòmic entre els principals opinadors es repeteix en els deu més influents.⁸ I això explica que, en gran mesura, tinguin una opinió similar davant dels temes d'actualitat del país que es refereixen a qüestions econòmiques i socials. Així, segons l'informe de Mèdia.cat, defensen les retallades i plans d'austeritat, i també les polítiques de la UE. Tot i que cal dir que molts d'ells critiquen les conseqüències negatives de les retallades, però acaben considerant que són inevitables. En el que coincideixen, els que en parlen, és en la necessitat que la banca hauria d'assumir responsabilitats. En canvi, com que en les qüestions nacionals els posicionaments tenen uns condicionants diferents, trobem que entre els deu opinadors més influents hi ha força diversitat. Així, que es posicionin clarament per l'opció independentista només n'hi ha dos, els mateixos que per l'opció unionista.⁹ En

canvi, el gruix principal tenen posicionaments més ambigus, ja que estan a favor de majors quotes d'autogovern per Catalunya però no es mostren obertament independentistes.

La precarietat i la mort de les redaccions

Més enllà de l'elit dominant, però, el periodisme té una altra cara: la del precari, l'acomiatat i la víctima de l'ERO. Les xifres de la crisi dels mitjans a l'Estat espanyol són demolidores: des de 2008 s'han vist afectats 6.393 llocs de treball en el sector de la comunicació a l'Estat espanyol. Els salaris de les plantilles han disminuït o s'han congelat. Les condicions de treball dels periodistes han empitjorat considerablement. Algunes empreses mantenen un gran nombre de col·laboradors «a la peça» en condicions laborals lamentables. S'ha de produir tant o més amb menys personal, i fer-ho tot al mateix temps.

La precarietat laboral ha tingut, com és lògic, conseqüències sobre el periodisme. La «neteja» de les redaccions ha derivat en un tractament menys

5 RAMONET, *La explosión del periodismo*.

6 HALIMI, *Los nuevos perros guardianes*.

7 ALTARRIBA, *Qui són els que marquen l'opinió?*

8 José Antich (1955), Pilar Rahola (1958), Màrius Carol (1953), Francesc-Marc Álvaro (1967), Enric Hernández (1969), Vicent Sanchis (1961), Lluís Foix (1943), Albert Sáez (1965), Antoni Puigverd (1954) i Rafael Nadal (1954).

9 L'estudi ALTARRIBA, *Qui són els que marquen*

l'opinió? identifica a Pilar Rahola i a Vicent Sanchis com a «Més pròxim a independentistes» i a José Antich i Lluís Foix com a «Més pròxim a unionistes». La resta, s'engloben en la categoria «Manté un punt intermig».

Quines són les conseqüències d'aquesta defunció? L'increment dels silencis mediàtics sobre aquells temes que poden incomodar l'estatu quo polític i econòmic del país



complet de la informació, la supressió de corresponsalies a l'estranger i la liquidació programada de gèneres que es consideren «massa cars» o «no rentables» com el periodisme d'investigació o els reportatges de camp. Les redaccions tenen menys autonomia per a l'anàlisi: en matèria de política internacional depenen cada cop més de versions i lectures proposades per autoritats oficials o interessos privats.

A més, aquell intel·lectual col·lectiu anomenat «redacció» es troba en perill. Pateix l'amenaça d'una desaparició progressiva i silenciosa. Les redaccions tradicionals tenien molts vicis, però també algunes virtuts: permetien el traspàs de la tècnica de l'ofici de les velles a les noves generacions, a més de la posada en comú de fonts. També facilitaven el contrast a partir de la comparació de dades i coneixement. En canvi, a les webs de notícies *online*, els vells periodistes de redacció són rellevats per una nova generació de *freelances* superexplotats amb jornades llarguíssimes i miserables: joves periodistes operaris de la web, en el que Ramonet defineix com a «galiots de la informació».

Silencis en l'era de la sobreinformació

La triple crisi —de model, econòmica i de credibilitat—, l'entrada de la ban-

ca a l'accionariat dels grans mitjans, l'auge dels periodistes dominants i la precarització del professional i la debilitació de les redaccions són quatre de les causes de la debilitació del rol dels mitjans com a quart poder. Quines són les conseqüències d'aquesta defunció? Probablement la més important sigui l'increment dels silencis mediàtics sobre aquells temes que poden incomodar l'estatu quo polític i econòmic del país. Uns silencis que, paradoxalment, es donen en un context en què sembla que hi ha més informació que mai a l'abast del ciutadà gràcies a les noves tecnologies i les xarxes socials: malauradament, més quantitat no vol dir més qualitat.

Carl Jensen, professor de comunicació de la nord-americana Sonoma State University, ha definit aquests silencis mediàtics com a «censura moderna». Tradicionalment, la definició de censura ha fet referència a l'ús del poder, per part d'un estat, organització o qualsevol tipus de grup influent, per controlar la llibertat d'expressió. Tot i això, sovint, en parlar de censura només parem esment a la més explícita, aquella que practiquen els règims dictatorials i autoritaris. Ja fa temps, però, que la censura pren moltes i variades formes, i gairebé mai són òbvies. La censura moderna, segons Jensen, és la «constant i sofisticada manipulació de la realitat per part dels mitjans de comunicació de masses, basada





La majoria de mitjans de comunicació són empreses privades orientades a aconseguir beneficis



en la no-inclusió intencional de determinades notícies o part de determinades notícies». Així consta en la delcaració del Projecte Censored, una iniciativa engegada pel propi Jensen el 1976 en el marc d'un projecte de recerca de la Sonoma State University i que cada any publica una radiografia de les notícies més silenciades als mitjans nord-americans.

Els mitjans no decideixen de forma arbitrària què és i que no és notícia. Hi ha rutines de producció que són les que acaben configurant en gran mesura l'agenda temàtica del mitjà. Noam Chomsky (1928) i Edward S. Herman (1925) van teoritzar el 1988 l'anomenat model propaganda dels mitjans de comunicació de masses. Presentat per primer cop al llibre *Los guardianes de la libertad*,¹⁰ el model propaganda postula cinc filtres que determinen el tipus de notícies que es presenten als mitjans de comunicació i que acaben configurant d'aquesta manera l'agenda pública de debat. Totes les notícies que no aconsegueixen sobrepassar aquests cinc murs definits per Chomsky o Herman quedaran fora del debat, invisibilitzats.

El primer filtre fa referència a la propietat dels mitjans de comunicació. En les democràcies occidentals, la majoria de mitjans de comunicació són empre-

ses privades orientades a aconseguir beneficis. Per tant, serà molt difícil que aquests mitjans publiquin informacions que vagin en contra ja no de la pròpia empresa editora (rarament un diari informarà, per exemple, d'una vaga dels seus treballadors), sinó dels seus propietaris i accionistes i de les seves empreses. Si tenim en compte que avui en dia la majoria de mitjans de comunicació han contret importants deutes amb la banca privada, s'entén que no tractin amb excessiu entusiasme totes aquelles informacions crítiques amb els bancs.

El segon filtre és la publicitat. Els ingressos derivats de la gestió publicitària són una font d'ingressos essencials per als mitjans, molt més rellevant, per exemple, que la provinent de les vendes a quiosc en el cas d'un diari. Pel que fa a la televisió i la ràdio privades, la publicitat és de fet la font d'ingressos bàsica. Els mitjans han d'elaborar un producte atractiu per als anunciants. Evidentment, criticar a les empreses o organitzacions anunciants no és la millor forma de mantenir-les en cartera.

Superats els dos primers filtres, el tercer fa referència a les fonts d'informació. La immensa majoria de fonts formen part del poder governamental, polític i econòmic, la qual cosa no deixa de ser lògic si tenim en compte que les opinions, decisions i accions dels poderosos tenen més repercussió en la vida

¹⁰ CHOMSKY i HERMAN, *Los guardianes de la libertad*.

És urgent consolidar el que el periodista i investigador en matèria de comunicació Ignacio Ramonet ha definit com el cinquè poder: els observatoris de mitjans



de tots els ciutadans que les dels desproveïts de poder. Els mitjans han de produir un flux permanent de noves notícies, i els principals proveïdors són els departaments de premsa de governs i grans corporacions. Les notícies provinents d'aquestes fonts, doncs, tindran prioritat en l'agenda del mitjà. Al mateix temps, totes aquelles notícies que puguin danyar la imatge o la credibilitat de les «fonts de capçalera» tenen pocs números de creuar el filtre.

El quart filtre fa referència a l'amenaça de la força judicial. Els governs i les grans empreses tenen una considerable capacitat d'influència legal a través de plets, denúncies i querelles. Sovint, recorren a aquestes eines de forma no estrictament justificada, encara que la notícia publicada no incorri en cap calúmnia o injúria, tan sols amb l'objectiu de desgastar. De vegades, la sola amenaça d'un plet judicial ja fa el seu efecte. Assumir els costos derivats d'aquesta mena de processos és un llast per als mitjans, i no diguem ja per als periodistes independents. Per anar contra el poder, doncs, cal anar sempre amb peus de plom, i de vegades ni tan sols així ens salvem de la querella.

El cinquè filtre és ideològic, i fa referència a allò que Chomsky defineix com el «consens manufacturat» i que bàsicament podríem definir com el sentit comú. Els periodistes, en general, perta-

nyen al gremi de les persones normals, amb ideologies dins de l'espectre majoritari, i com tot aquell que descriu la realitat ho fa inevitablement a través del seu prisma ideològic. Per tant, és d'esperar que en els mitjans no sigui habitual posar en qüestió l'ordre existent».

Alternatives de futur

Davant d'aquest panorama, és urgent consolidar el que el periodista i investigador en matèria de comunicació Ignacio Ramonet ha definit com el cinquè poder: els observatoris de mitjans. Un cinquè poder encarregat de vetllar pel correcte funcionament del quart, i organitzat a base d'experiències en què la ciutadania i la professió més compromesa comparteixen espai i treball a l'hora d'analitzar les males pràctiques dels mitjans. D'observatoris de mitjans n'hi ha arreu del món. Alguns han arrelat amb força —amb el suport dels poders públics o de l'acadèmia— i d'altres es mantenen de forma més precària. Als Països Catalans, projectes com Mèdia.cat treballen en aquesta línia. És urgent cercar complicitats per consolidar-los i convertir-los en alternatives cada cop més sòlides i creïbles. Ens hi juguem la salut (democràtica). ◀

MÉS INFORMACIÓ

ALTARRIBA, Laia. *Qui són els que marquen l'opinió?* Barcelona: Mèdia.cat, 2013.

CHOMSKY, Noam i HERMAN, Edward S. *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica, 1990.

CIS. *Baròmetre número 2.981*. Madrid, març de 2013.

HALIMI, Serge. *Los nuevos perros guardianes*. Tafalla: Txalaparta, 2005.

Informe Anual de la Profesión Periodística 2013. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid, 2013.

METROSCOPIA. *Barometro de confianza ciudadana*. Madrid, desembre de 2012.

MONGOLIA. Número 4, juliol/agost de 2012.

RAMONET, Ignacio. *La explosión del periodismo*. Madrid: Clave Intelectual, 2011.

Enllaços

Mèdia.cat www.media.cat

FABÈTICA

A



Abelló i Filella, Antònia
(1913 - 1984)



Aiguader i Miró, Jaume
(1882 - 1943)



Aiguader i Miró, Artemi
(1889 - 1946)



Aleixandri i Babot, Joaquim
(1906 - 2002)



Amat-Piniella, Joaquim
(1913 - 1974)

MEMÒRIAesquerra.cat

LA HIPERENCICLOPÈDIA
D'ESQUERRA REPUBLICANA
DE CATALUNYA

FUNDACIÓ



JOSEP IRLA